

## Los SMS como elemento de movilización social.

Nuevas tecnologías, protestas ciudadanas e impacto mediático. La prensa catalana ante el 13-M y el macrobotellón de Barcelona

Jordi Sopena

Xavier Ginesta

**Jordi Sopena Palomar** es licenciado en Periodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) y diplomado en Estudios Superiores Especializados en Ciencias de la Comunicación por la misma universidad. Actualmente es doctorando de Comunicación y Periodismo en el Departament de Periodisme de la UAB.

**Xavier Ginesta Portet** es licenciado en Periodismo y diplomado en Estudios Superiores Especializados en Políticas de Comunicación por la Universitat Autònoma de Barcelona. Actualmente es investigador y doctorando en el Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la UAB.

*Our article deals with the topic of the new information and communication technologies (ICT) and their influence on social mobilizations. In recent years, we have witnessed different events which demonstrate the great power of the ICT in the mobilization of social communities. The demonstrations against the headquarters of the Partido Popular (PP) on 13 March 2004 after the terrible attacks carried out two days earlier, or the protests of 17 March 2006 against Barcelona City Hall's ban on drinking alcohol in the streets exemplify the close connection that exists between the new technologies and the preparation/organization of actions of protest. We present research which analyzes whether the principal Catalan newspapers (La Vanguardia, Avui, El Punt and El Periódico) acknowledged the importance of the influence of the ICT (above all, mobile/cell phones) during these two demonstrations.*

**KEY WORDS:** information and communication technologies (ICT), SMS, mobile/cell phones, social mobilizations.

**PALABRAS CLAVE:** Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), SMS, telefonía móvil, movilizaciones sociales.

**N**uestro artículo versa sobre la telefonía móvil y su influencia en las movilizaciones sociales. Durante los últimos años, hemos asistido a diferentes acontecimientos que demuestran el gran poder de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), sobre todo, la telefonía móvil, en la movilización de las comunidades sociales. Las manifestaciones convocadas por Short Message System (SMS) frente a las sedes del Partido Popular (PP) el 13 de marzo de 2004 tras los atentados cometidos dos días antes en la capital de España o las protestas del 17 de marzo de 2006 en contra de la prohibición del *macrobotellón* de Barcelona, por parte de su Ayuntamiento en marzo de 2006, ejemplifican la estrecha interrelación existente entre las nuevas tecnologías y la organización de manifestaciones sociales.

Esta línea de investigación tiene claros exponentes en algunos autores que tienen el propósito de analizar la importancia de los móviles y de la comunicación *on line* a la hora de interrelacionar a las comunidades americanas.<sup>1</sup> En concreto, el estudio de Dutta-Bergman, que se centra en el uso de la telefonía durante los atentados del World Trade Centre de Nueva York en 2001; y también Taylor y Vincent, que estudian la historia del SMS y su “rol central en la vida social contemporánea”.<sup>2</sup> En España, la primera movilización social convocada a través del SMS fue la del 13 de marzo de 2004, la cual ha sido analizada por autores como Manuel Castells, [et al.],<sup>3</sup> Víctor Sampedro [ed.],<sup>4</sup> o Howard Rheingold.<sup>5</sup>

Estos ejemplos podrían cuestionar las tesis que mantienen algunos autores escépticos respecto a la influencia de las TIC, sobre todo internet, en nuestras sociedades.<sup>6</sup> Por eso, nosotros consideramos posiciones teóricas más optimistas, como las que defienden la

<sup>1</sup> DUTTA-BERGMAN, M. J. “Interpersonal communication after 9/11 via telephone and Internet: a theory of channel complementarity”. *New media & society*. Vol. 6(5) (2004). London: SAGE Publications.

<sup>2</sup> TAYLOR, A. S.; VINCENT, J. “An SMS History”. En L. HAMILL; A. LASSEN (eds.). *Mobile World. Past, Present and Future*. New York: Springer, 2005, p. 75.

<sup>3</sup> CASTELLS, M. [et al.]. *The Mobile Communication Society. A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology*. Los Angeles: Annenberg School for Communication, University of Southern California, 2004.

<sup>4</sup> SAMPEDRO, V. (ed.). *13-M: Multitudes on line*. Madrid: Los Libros de la Catarata, 2005.

<sup>5</sup> RHEINGOLD, H. *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa, 2004.

<sup>6</sup> WOLTON, D. *Internet. ¿Y después?* Barcelona: Gedisa, 2000.

constitución de los mundos sociales de la web<sup>7</sup> o las comunidades virtuales o digitales.<sup>8</sup> Sillence y Baber definen una comunidad digital como “un grupo de gente que participa en una comunidad dentro de los confines de un dominio tecnológico, como, por ejemplo, la web”.<sup>9</sup> Rheingold, que conceptualizó las comunidades virtuales en 1996, se refirió posteriormente a las “multitudes inteligentes”, entendiéndolas como “cualquier grupo que coordina actividades presenciales con sistemas electrónicos móviles”.<sup>10</sup> Aunque este autor sea pionero en el estudio de las movilizaciones a través de la telefonía móvil, el papel de la comunicación por móvil en nuestras sociedades constituye un nuevo y amplio objeto de estudio.

Nosotros presentamos una investigación cuantitativa y cualitativa que pretende analizar si los principales diarios catalanes (*La Vanguardia*, *Avui* y *El Periódico*) concedieron importancia a la influencia que tuvo la telefonía móvil en la organización de las manifestaciones en contra del PP<sup>11</sup> (13 de marzo de 2004) y en contra de la prohibición del *macrobotellón*<sup>12</sup> (17 de marzo de 2006). En el segundo análisis, añadimos el diario *El Punt*, en su edición de Barcelona, teniendo en cuenta que el análisis del caso se centra en un acontecimiento totalmente de carácter local. Por tanto, nuestro principal objetivo será averiguar si los principales periódicos catalanes otorgaron importancia al uso de la telefonía móvil en la organización de las manifestaciones en contra del Partido Popular de 2004 y en la preparación del *macrobotellón* de 2006.

---

<sup>7</sup> HAYTHORNTHWAIT, C.; HAGAR, C. “The Social Worlds of the Web”. *Annual Review of Information Science and Technology*. Vol. 39 (2005).

<sup>8</sup> RHEINGOLD, H. *La Comunidad Virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996. SILLENC, E.; BABER, C. “Integrated Digital Communities: Combining Web-based Interaction with Text Messaging to Develop a System for Encouraging Group Communications and Competitions”. *Interacting with Computers*. Vol. 13 (2004).

<sup>9</sup> *Ibid.*, p. 93.

<sup>10</sup> La conceptualización de las “multitudes inteligentes” fue formulada por Rheingold en el libro *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*, publicado en 2002. En este estudio se analizan las movilizaciones contra el presidente Joseph Estrada en Filipinas y contra la Organización Mundial del Comercio en Seattle. [RHEINGOLD, H. *Op. cit.*, p. 13].

<sup>11</sup> Referente al primer estudio de caso, las manifestaciones en contra del PP, hemos analizado los ejemplares de *La Vanguardia*, *El Periódico* y *Avui* de los días 14, 15 y 16 de marzo de 2004.

<sup>12</sup> Para estudiar la movilización en contra de la prohibición del botellón, hemos analizado los ejemplares de *La Vanguardia*, *El Periódico*, *Avui* y *El Punt* de los días 15, 16, 17, 18 y 19 de marzo de 2006.

## DESCRIPCIÓN DE LOS HECHOS: MANIFESTACIONES POLÍTICAS Y MACROBOTELLÓN

### Manifestaciones en contra del Partido Popular (13 de marzo de 2004) tras los atentados del 11 de marzo en Madrid

El 11 de marzo de 2004, una célula de radicales islamistas ligada a Al Qaeda perpetró en Madrid el atentado terrorista más sangriento de la historia de Europa. Los terroristas hicieron estallar tres trenes de Cercanías de la compañía RENFE, asesinaron a 190 personas e hirieron a más de 1.000.

Es importante resaltar que el atentado se produjo tres días antes de las elecciones parlamentarias del 14 de marzo de 2004 y en un contexto político “dominado por el debate sobre la participación de España en la Guerra de Irak”, una posición que no compartía la mayoría de los ciudadanos españoles.<sup>13</sup> No obstante, antes del 11 de marzo, la mayoría de las encuestas pronosticaban que el PP se alzaría con la victoria en los comicios gracias a su exitosa política económica y a su estrategia tenaz y eficaz frente al terrorismo de ETA.<sup>14</sup> Estas estadísticas se analizan en un artículo de José G. Montalvo:<sup>15</sup> mientras el porcentaje de voto del Partido Popular pasó del 42,92% en enero de 2004 al 37,71% real del día 14 de marzo, el Partido Socialista pasó del 36,32% al 42,59% real, en el mismo período.<sup>16</sup>

<sup>13</sup> CASTELLS, M. [et al.]. *The Mobile Communication Society. A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology*. Los Angeles: Annenberg School for Communication, University of Southern California, 2004, p. 212.

<sup>14</sup> MONZÓN, C. *Encuestas y elecciones*. Madrid: Tecnos, 2005. COLOMER, G. “Comunicación política”. Ponencia en las Jornadas en Investigación y Proyectos en Comunicación. Bellaterra: Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació, 19 de julio de 2007.

<sup>15</sup> MONTALVO, J.G. “Voting after the bombing: Can terrorist attacks change the outcome of democratic elections?” [En línea]. <<http://www.econ.upf.edu/docs/papers/downloads/1000.pdf>> [Consulta: 8 octubre 2007].

<sup>16</sup> El artículo de Montalvo resume una investigación con el objetivo de analizar la influencia de los atentados en la decisión de voto del ciudadano español. Para analizarlo, el investigador usa los resultados electorales de los votantes por correo españoles del exterior, que ejercieron su derecho a voto antes del 11 de marzo (pudieron votar a partir del día 2 de marzo: o bien hasta el 7 de marzo en persona en los consulados o bien por correo certificado), y los contraponen con los resultados reales obtenidos el día 14. Según él, las estimaciones hechas en base a los votantes del exterior sobre la hipotética base de unas elecciones no marcadas por los atentados darían como ganador al Partido Popular con un porcentaje de votos entre el 42% y el 45%, mientras que los socialistas hubieran tenido el 37% de los votos.

A raíz del atentado, los españoles se percataron de las terribles consecuencias que acarrearía la participación del país en la guerra de Irak. Además, el Partido Popular pretendía privilegiar la hipótesis que conducía a ETA, porque considerar la autoría de Al Qaeda suponía enfrentarse con los errores de la guerra de Irak. En realidad, muchos ciudadanos obtuvieron información alternativa sobre los atentados terroristas a través de Internet. Así pues, “el uso de esos canales de comunicación alternativos movilizó a la ciudadanía en contra del PP el 13 de marzo de 2004, el día de reflexión antes de las elecciones generales, cuando, de acuerdo con la Ley Electoral<sup>17</sup> española, las manifestaciones políticas y las declaraciones públicas están prohibidas”.<sup>18</sup>

En este contexto, muchos activistas políticos, la mayoría no ligados a los grandes partidos políticos, comenzaron a criticar la manipulación del gobierno de Aznar. Estos activistas enviaron mensajes de texto (SMS) a todos los contactos de sus agendas telefónicas. El mensaje más reiterado denunciaba: “¿Aznar de rositas? ¿Le llaman jornada de reflexión y Urdaci trabaja? Hoy 13-M, a las 18 h sede PP C/Génova, 13. Sin partidos. Por la verdad ¡Pásalo!”. El sábado 13 de marzo de 2004, el tráfico de SMS se incrementó en un 40% respecto al de un sábado normal. Aunque el PP comenzó una cadena con un mensaje diferente, “ETA es el autor de la masacre, pásalo”, el contenido no fue creíble para la mayoría de los españoles.<sup>19</sup> Esa tarde, diferentes manifestaciones se sucedieron frente a las sedes del PP en las principales capitales españolas. La de Madrid fue la más numerosa.<sup>20</sup>

153

### **Teléfonos móviles y el botellón: el 17 de marzo de 2006 en la ciudad de Barcelona**

Durante los últimos años ha aparecido una nueva forma de diversión en España. Es el comúnmente conocido *botellón* (la gente se reúne, compra bebidas alcohólicas, hielo y vasos en las tiendas y bebe en la calle). Aunque esta práctica se extendía sólo a pequeños grupos de adolescentes en un principio, debido al elevado precio del

---

<sup>17</sup> ESPAÑA. *Ley Orgánica 5/1985*, de 19 de junio, del Régimen Electoral General. [En línea] <[http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Admin/lo5-1985.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo5-1985.html)> [Consulta: 15 agosto 2007].

<sup>18</sup> CASTELLS, M. *Op. cit.*, p. 213.

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> VALERIO, M. [et al.]. “Miles de personas protestan en toda España contra el PP”. *El Mundo* (15 marzo 2004) [En línea] <<http://www.elmundo.es/elmundo/2004/03/13/espana/1079200520.html>> [Consulta: 12 agosto 2007].

alcohol en bares y discotecas, ahora el *botellón* se ha ampliado a grandes multitudes. El primer *macrobotellón* se celebró en Sevilla el 16 de febrero de 2006. Más de 5.000 jóvenes fueron convocados, a través de internet, para celebrar el final de los exámenes de la universidad.

Tras la experiencia de Sevilla, jóvenes de toda España iniciaron una competición para comprobar qué ciudad española congregaba a mayor número de gente. Después de Sevilla, Albacete sólo consiguió reunir a 600 personas. Sin embargo, la competición del *macrobotellón* en toda España se fijó para el día 17 de marzo de 2006, aprovechando la llegada de la primavera. Se desató una auténtica competición nacional entre 22 ciudades españolas para organizar el mayor *botellón* del Estado. Las ciudades donde se convocó el *botellón* fueron: Sevilla, Jaén, Murcia, Oviedo, Barcelona, Madrid, Eivissa, Burgos, València, Almería, Granada, Valladolid, Bilbao, A Coruña, Pontevedra, León, Salamanca, Segovia, Zaragoza, Teruel, Ciudad Real y Málaga.<sup>21</sup> La convocatoria se difundió a través de Internet y de SMS.

Nuestro estudio de caso se centra en Barcelona. En la capital catalana, unos 500 adolescentes respondieron al llamamiento vía Internet y SMS, y se concentraron en la Rambla del Raval para participar en el *macrobotellón* esa noche (17 de marzo de 2006). La concentración también era una manifestación en contra de la nueva ordenanza de civismo aprobada por el Ayuntamiento de Barcelona,<sup>22</sup> que entró en vigor el 25 de enero de 2006. Por tanto, el *macrobotellón* fue la segunda concentración pública de relevancia que se convocó por Internet y SMS tras las manifestaciones en contra del PP dos años antes.

## LA TELEFONÍA MÓVIL. UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA SOBRE SU INFLUENCIA SOBRE LA SOCIEDAD

### Contexto. ¿Cuándo comenzaron las movilizaciones convocadas por SMS?

Cuando los investigadores estudian la influencia de las TIC en la sociedad, muchos de ellos se centran en la influencia de

<sup>21</sup> EL MUNDO “El gobierno, preocupado por la competición de 'botellón' en varias ciudades españolas”. *El Mundo* (7 marzo 2004). [En línea] <<http://www.elmundo.es/elmundo/2006/03/07/sociedad/1141751189.html>> [Consulta: 12 agosto 2007].

<sup>22</sup> AJUNTAMENT DE BARCELONA. “Ordenança de mesures per fomentar i garantir la convivència ciutadana a l'espai públic de Barcelona”. *Butlletí Oficial de la Província de Barcelona* (2006), núm. 20, annex 1, p. 14-30.

internet.<sup>23</sup> No obstante, algunos empezaron a considerar que la telefonía móvil también jugaba un rol fundamental a la hora de movilizar a la sociedad civil.<sup>24</sup> Estos autores se dieron cuenta de que los mensajes de texto (SMS) permiten cambiar el comportamiento de las personas espontáneamente<sup>25</sup> y coordinar otras formas de comunicación, como, por ejemplo, incentivar una posterior llamada de teléfono o el envío de un e-mail.<sup>26</sup> No obstante, como veremos, el envío de SMS también sirvió en España para convocar manifestaciones.

Manuel Castells, Mireia Fernández-Ardèvol, Jack Linchuan y Araba Sey llevaron a cabo una importantísima investigación relacionada con la telefonía móvil en 2004: *The Mobile Communications Society*. Tal como ellos apuntan, “este trabajo ofrece una perspectiva analítica de la investigación realizada sobre los usos sociales de la comunicación inalámbrica”.<sup>27</sup> Estos investigadores mencionan algunos casos en los que los teléfonos móviles han contribuido a cambiar contextos sociales o políticos, por ejemplo, Filipinas y Corea del Sur, entre otros. En primer lugar, en Filipinas, en 2001 —también estudiado por Vicente L. Rafael—,<sup>28</sup> miles de teléfonos móviles recibieron SMS incentivando a los filipinos a tomar parte en manifestaciones masivas, ahora bautizadas como *El poder del pueblo II*, contra el presidente Joseph Estrada. Tal como resalta Castells [et al.], “estos cuatro días de manifestaciones han pasado a

---

<sup>23</sup> RHEINGOLD, H. *Op. cit.*; HAYTHORNTHWAITE, C.; HAGAR, C. *Op. cit.*; MORAGAS, M. [et al.]. *El impacto de Internet en los medios de comunicación y la industria del deporte*. Cerdanyola del Vallès: CEO-UAB, 2003.

<sup>24</sup> LING, R.; YTRRI, B. *Nobody Sits at Home And Waits for the Telephone to ring: Micro and Hyper-coordination Through the Use of the Mobile Telephone*. Telenor Report 30, 1999; ELDRIDGE, M.; GRINTER, R. Studying text messaging in teenagers. Comunicación presentada en Mobile Communications: Understanding Uses, Adoption and Design Workshop in Proceedings of the ACM Conference on Human Factors in Computing System (CHI 2001). 1 y 2 de abril de 2001, Seattle WA, USA; SILLENCE, E.; BABER, C. *Op. cit.*; CASTELLS, M. [et al.]. *Op. cit.*; TAYLOR, A.S.; VINCENT, J. *Op. cit.*; VINCENT, J. *Op. cit.*; “Emotional Attachment to Mobile Phones: An Extraordinary Relationship”. En: L. HAMILL, A. LASÉN (eds.). *Mobile World. Past, Present and Future*. New York: Springer, 2005. p. 95-105. LASÉN, A. “History Repeating? A Comparison of the Launch and Uses of Fixed and Mobile Phones”. En: L. HAMILL, A. LASÉN (eds.). *Mobile World. Past, Present and Future*. New York: Springer, 2005, p. 29-61.

<sup>25</sup> LING, R.; YTRRI, B. *Op. cit.*; VINCENT, J. *Op. cit.*

<sup>26</sup> SILLENCE, E.; BABER, C. *Op. cit.*, p. 96.

<sup>27</sup> CASTELLS, M. [et al.]. *Op. cit.*

<sup>28</sup> RAFAEL, V.L. “The Cell Phone and the Crowd: Messianic Politics in the Contemporary Philippines”. *Public Culture*. Vol. 15 (Otoño de 2003), núm. 3, p. 399-425.

la historia como la primera vez que el teléfono móvil desempeñó un papel fundamental en el derrocamiento del presidente de un país”.<sup>29</sup> En segundo lugar, en Corea del Sur, la elección del presidente Roh Moo-Hyun en 2002 fue atribuida principalmente a la actuación de Nosamo, un grupo online partidario del presidente, conocido como *La gente que ama a Roh*. Tal como Castells [et al.] señalan, “mientras la campaña en Internet había intentado durante años convertirse en el núcleo de la red política, fue la telefonía móvil la que movilizó un mayor número de jóvenes votantes el día de las elecciones y la que decantó finalmente el resultado final”.<sup>30</sup>

### Los teléfonos móviles y las nuevas tendencias en las prácticas comunicativas

La investigación de Castells [et al.] señala algunas nuevas tendencias en las prácticas comunicativas originadas por el uso de la telefonía móvil. La capacidad de movilización de los SMS ha sido descrita por Castells [et al.] como una de las prácticas comunicativas más importantes observadas en la investigación: “La emergencia de comunidades espontáneas y no planificadas, que propagan una iniciativa conjunta en un mensaje que es respondido desde múltiples fuentes por voluntades convergentes para compartir la práctica”.<sup>31</sup>

Además, estos autores remarcan la mayor autonomía de los usuarios de teléfonos móviles: “La comunicación móvil parece facilitar al individuo la combinación entre autonomía y seguridad, dándole la posibilidad de relacionarse con el mundo en general”.<sup>32</sup> Aparte de la investigación citada, D.J. Reid y F.J.M. Reid también se han preguntado el porqué del uso tan generalizado del SMS: “Se sospecha que es la combinación entre la sociabilidad de una sala de chat unida a la distancia psicológica que proporciona el e-mail lo que atrae a los usuarios”.<sup>33</sup>

Finalmente, la comunicación móvil ha incrementado la sociabilidad interpersonal. La gente crea sus propias redes de rela-

<sup>29</sup> CASTELLS, M. [et al.]. *Op. cit.*, p. 197.

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 206.

<sup>31</sup> *Ibid.*, p. 240.

<sup>32</sup> *Ibid.*, p. 239.

<sup>33</sup> REID, D.J.; REID, F.J.M. “Textmates and Text Circles: Insights into the Social Ecology of SMS Text Messaging”. En: L. HAMILL; A. LASÉN (eds.). En: *Mobile World. Past, Present and Future*. New York: Springer, 2005, p. 107.



ciones y se mantiene en contacto usando comunicaciones inalámbricas. Así, tal como apunta Castells [et al.], “los círculos sociales comienzan a ser reforzados en un espacio híbrido de interacción comunicativa física, *online* e inalámbrica”.<sup>34</sup> Además, “desde que la comunicación es bilateral y potencialmente múltiple, los contextos espaciotemporales están formados por los marcos elegidos por quien inicia la comunicación, por el marco de la comunicación solicitada y por el conjunto de relaciones objetivamente existentes entre dos o más contextos espaciotemporales”.<sup>35</sup>

## LA TELEFONÍA MÓVIL EN ESPAÑA

En España, según la Comisión Europea, el 82% de la población tiene acceso, por lo menos, a una línea de teléfono móvil<sup>36</sup> y, según la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), la densidad —total de líneas en España en relación al total de población— era del 108,97%<sup>37</sup> en agosto de 2007. La consultora M:Metrics, en un informe de julio de 2006,<sup>38</sup> destaca en España el gran uso de los SMS (83,3%) y de los *Multimedia Message System* (MMS), con un 26,8%. La importancia de los SMS para el negocio de la telefonía móvil se puede valorar cuantitativamente. Durante 2006, los operadores de telefonía móvil recaudaron un total de 1.638,57 millones de euros generados únicamente por el servicio de mensajería de texto (SMS).<sup>39</sup> Los usuarios de telefonía móvil destacan de la mensajería de texto su simplicidad, la capacidad de enviar mensajes a gran velocidad, la discreción que permiten y su bajo coste.<sup>40</sup>

Pero, ¿qué perfil posee el usuario español de móvil? Las principales diferencias que existen son en cuanto a nivel socioeconómico y edad. En primer lugar, según se desprende de un infor-

<sup>34</sup> CASTELLS, M. [et al.]. *Op. cit.*, p. 240.

<sup>35</sup> *Ibid.*, p. 241.

<sup>36</sup> *Ibid.*, p. 35.

<sup>37</sup> COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. “Nota mensual agosto 07” a *cmt.es*. [En línea]. <[http://www.cmt.es/cmt\\_ptl\\_ext/SelectOption.do?nav=begin&detalles=090027198004320e](http://www.cmt.es/cmt_ptl_ext/SelectOption.do?nav=begin&detalles=090027198004320e)> [Consulta: 8 octubre 2007].

<sup>38</sup> M:METRICS. “Will Smarter Phones Drive Content Consumption”. *M:Metrics*. [En línea] <<http://www.mmetrics.com/press/PressRelease.aspx?article=20060710-smartphones>> [Consulta: 12 agosto 2007].

<sup>39</sup> FUNDACIÓN FRANCE TELECOM. *Informe eEspaña 2006*. Madrid: Fundación France Telecom, 2006. p. 144.

<sup>40</sup> *Ibid.*, p.144.

me de la Fundación BBVA, mientras un 90% de las personas con mayor capacidad adquisitiva tienen teléfono móvil, sólo un 57,9% de los miembros ubicados en las clases más humildes se lo pueden permitir. En segundo lugar, mientras un 94% de los jóvenes entre 14 y 35 años tiene teléfono móvil, sólo un 33,2% de las personas mayores de 66 años lo poseen. Dato significativo, por ejemplo, para analizar la organización del *macrobotellón* —si además se tiene en cuenta que el 92% de usuarios entre 14 y 35 años usa el móvil para enviar SMS—,<sup>41</sup> ya que se pone de manifiesto que, potencialmente, las llamadas a la movilización a través del SMS pueden llegar a casi el cien por cien del público objetivo: el joven.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos a partir de la búsqueda empírica secundaria presentada anteriormente, se puede pensar que el crecimiento exponencial del uso del SMS en España ha influido en el asentamiento de una utilización política y social de éste, hecho que se ha visto reflejado en los medios de comunicación.

## LA PRENSA Y SU INFLUENCIA EN EL PROCESO DE CONFIGURACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

---

158

Centrémonos ahora en otro aspecto totalmente diferente, pero interrelacionado con nuestra investigación. ¿Qué grado de influencia ejerce la prensa sobre la opinión pública? A pesar de la aparición de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), como Internet, los medios de comunicación escritos siguen marcando los tempos de la opinión pública y se siguen postulando como los rotores del espacio público, juntamente con el resto del aparato mediático. Es cierto que la creación de nuevos medios ha restado preeminencia a la prensa, pero su presencia todavía resulta “imponente” para el público lector.

El nacimiento de los primeros públicos lectores y de la primigenia prensa diaria se sitúa en el siglo XVIII, coincidiendo precisamente con el resurgimiento o, mejor dicho, la conquista de lo que se denomina “espacio público”, sobre todo en Francia e Inglaterra. La clase burguesa, en ascenso en la Europa occidental y en lucha contra las prerrogativas del Estado Absolutista, logró crear un espacio de debate entre el Estado y la sociedad civil. A partir de aquel momento, y gracias a instituciones como los periódicos, los

---

<sup>41</sup> FUNDACIÓN BBVA. *Estudio sobre Internet en España, 2005*. [En línea]. <[http://w3.grupobbva.com/TLFB/tlfb/TLFBIndex\\_pub.jsp](http://w3.grupobbva.com/TLFB/tlfb/TLFBIndex_pub.jsp)> [Consulta: 27 diciembre 2005].

círculos literarios y los cafés, la opinión pública se convierte en una mera limitación del poder. La prensa se convertirá en el motor de la opinión pública. “Sólo una publicidad crítica permitirá la expresión de los conflictos reales y la superación de los mismos por la generación de consensos, de voluntad común. Ha de ser el contrapeso necesario a las formas de presión y coacción del poder, que tiende siempre a superponerse opresivamente sobre la realidad social”, afirma Margarita Boladeras, basándose en las tesis *habermasianas*.<sup>42</sup> En este sentido, la prensa y los medios de comunicación social tienen un papel protagonista, puesto que convierten los mensajes en mercancía, y la función social de la comunicación en instrumento de creación de riqueza y de influencia política. La prensa, por tanto, en la estructura de la publicidad burguesa, comienza a desempeñar el papel de motor de la opinión pública.

Jürgen Habermas<sup>43</sup> entiende que el desarrollo de la sociedad capitalista brindó autonomía a la arena de debate público: se promovió la reflexión crítica y la prensa liberal, creando así un nuevo clima de discusión sobre política. Sin embargo, a partir de mediados del siglo XIX, el mayor poder del Estado y los organizados intereses económicos llevaron a excluir al público, a la ciudadanía, del proceso de toma de decisiones y a que los medios se vieran condicionados a la hora de desarrollar sus funciones.

Christopher Lasch, en la línea de Habermas, también argue que el principal cometido de la prensa debe ser estimular el debate público y formar una opinión pública bien articulada. No obstante, hay obstáculos que dificultan esta tarea. La prensa renunció a su labor de crear opinión para incentivar el debate público influida por el referente inexcusable de la objetividad. Al igual que reseña Habermas, Lasch<sup>44</sup> cree que la independencia de los periódicos respecto de los partidos políticos y su constitución en empresas de comunicación, así como la llegada de la publicidad y, en última instancia, el advenimiento de la prensa masiva supusieron una merma de la labor dinamizadora del debate cívico que ejercían los medios de comunicación. No obstante, tal como apunta Kevin Young: “La formación de la opinión depende sobre todo

<sup>42</sup> BOLADERAS, M. “La opinión pública en Habermas”. *Anàlisi* (2001), núm. 21, p. 62.

<sup>43</sup> HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

<sup>44</sup> LASCH, C. *La rebelión de las élites y la traición a la democracia*. Paidós: Barcelona, 1996, p. 142.

de la prensa, la radio y el cine. [...] Estos medios de comunicación participan en la elaboración de los modernos mitos y leyendas, a la vez que nos incitan a la acción”.<sup>45</sup>

Por lo tanto, queda meridianamente claro que el posicionamiento que adopten los articulistas y los periodistas y sus consideraciones sobre la influencia de las TIC (SMS) determinarán inevitablemente la postura del público. A continuación, exponemos los resultados de los análisis de contenido sobre los dos hechos estudiados.

## RESULTADOS

Para comprobar si los principales diarios catalanes concedieron importancia a la influencia de la telefonía móvil durante las manifestaciones en contra del PP (13 de marzo de 2004) y durante las horas previas al *macrobotellón* del 17 de marzo de 2006, era necesario realizar un análisis de contenido cuantitativo de estos hechos. El análisis de contenido nos permitirá descubrir la presencia de las palabras *TIC* o *nuevas tecnologías*, *telefonía* o *teléfono móvil* o *SMS* en las noticias de los diarios catalanes (*La Vanguardia*, *El Periódico*, *Avui* y *El Punt*) que informaron sobre esas manifestaciones. Hemos considerado estas palabras porque son las más representativas para conceptualizar el entorno TIC (sobre todo telefonía móvil).

Los artículos analizados han sido extraídos de las secciones de Política y de Opinión (en el caso de las manifestaciones en contra del Partido Popular) y de las secciones de Sociedad y de Opinión (en el caso de la movilización en contra de la prohibición del *botellón*). El objetivo no era sólo analizar si los periodistas consideraron importante el papel de la telefonía móvil (géneros informativos), sino que también se quería estudiar la contribución de los líderes de opinión catalanes a la hora de reforzar la imagen, de cara a los lectores, de los teléfonos móviles como herramientas poderosas para movilizar a la sociedad (géneros de opinión).

No obstante, en primer lugar cabe definir qué es un líder de opinión. Elihu Katz y Paul Lazarsfeld entienden por “líder de opinión” aquel individuo que recibe información de los medios y la transfiere a través de sus iguales.<sup>46</sup> Los líderes de opinión, según Littlejohn, se clasifican en diversos tipos de grupos: ocupacionales,

---

<sup>45</sup> YOUNG, K. *La opinión pública y la propaganda*. Barcelona: Paidós, 2001, p. 110.

<sup>46</sup> KATZ, E.; LAZARSFELD, P.F. *La influencia personal: el individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona: Hispano Europea, 1979.

comunitarios, sociales...<sup>47</sup> Además, tienden a ser socialmente activos y están altamente interconectados dentro de la comunidad. Los líderes de opinión efectivos suelen ser ligeramente superiores que el público al que influyen en términos de estatus o de nivel educativo, pero no suelen pertenecer a clases sociales diferentes.<sup>48</sup>

Katz y Lazarsfeld fueron los dos primeros autores en reivindicar la gran importancia de los líderes de opinión. *The People's Choice*, el famoso estudio publicado en 1944 de Lazarsfeld que pretendía demostrar la enorme influencia que los medios de comunicación americanos desempeñaban en la elección del presidente de Estados Unidos, reveló que este poder de los medios era prácticamente nulo. Quien detentaba la capacidad de movilizar a los ciudadanos era el líder de opinión, descubrieron.

De la posición que adopten los líderes de opinión —en nuestro caso, los articulistas de los diarios—, dependerá la posible interpretación que haga el lector de los hechos. Por eso, resultará interesante comprobar cómo valoran los acontecimientos y el papel de la telefonía móvil.

## Las manifestaciones en contra del Partido Popular

---

161

En el caso de las manifestaciones en contra del Partido Popular del 13 de marzo de 2004, se realizó un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo de los tres principales diarios catalanes: *Avui*, *El Periódico* y *La Vanguardia*. El análisis de contenido referido a las noticias del *botellón* incorporó otro diario, *el Punt*, en su edición de Barcelona.

Fueron analizadas dos secciones de estos tres periódicos: la sección de Política —en el caso de *El Periódico*, las noticias relacionadas con este acontecimiento aparecieron en la sección Tema del Día— y la de Opinión. Primero, cuantificamos la totalidad de las noticias publicadas los días 14, 15 y 16 de marzo de 2004. Después, contamos el número de noticias publicadas sobre el hecho estudiado, a saber: las manifestaciones en contra del PP. Finalmente, cuantificamos las noticias que se referían explícitamente a *telefonía* o *teléfono móvil*, *TIC* o *nuevas tecnologías* o a los SMS en los elementos de titulación o en el cuerpo del texto.

---

<sup>47</sup> LITTLEJOHN, S.W. *Theories of Human Communication*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1996. p. 334.

<sup>48</sup> SALOMON, M.R. *Consumer Behaviour*. Boston: Allyn and Bacon, 1994, p. 385.

Tratamiento cuantitativo de la presencia de las palabras <i>telefonía</i> o <i>teléfono móvil</i> , <i>TIC</i> o <i>SMS</i> en las noticias								
MANIFESTACIONES EN CONTRA DEL PP EL 13 DE MARZO DE 2004								
14 de marzo de 2004								
	POLÍTICA				OPINIÓN			
	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS*	Titulares	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares
<i>Avui</i>	25	1	0	0	17	0	0	0
<i>La Vanguardia</i>	36	4	3	0	10	1	0	0
<i>El Periódico</i> **	35	5	4	4	10	2	1	0
15 de marzo de 2004								
	POLÍTICA				OPINIÓN			
	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares
<i>Avui</i>	33	1	0	0	11	0	0	0
<i>La Vanguardia</i>	63	1	0	0	19	1	0	0
<i>El Periódico</i>	32	1	0	0	8	2	2	0
16 de marzo de 2004								
	POLÍTICA				OPINIÓN			
	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares
<i>Avui</i>	32	0	0	0	14	0	0	0
<i>La Vanguardia</i>	49	0	0	0	31	2	1	0
<i>El Periódico</i>	32	2	1	2	18	1	0	0

\* En cada una de las tablas usamos la abreviación *SMS* para referirnos a la cantidad de noticias de la sección que contienen las palabras *telefonía móvil*, *teléfono móvil*, *TIC* o *SMS*. \*\* Las noticias analizadas en *El Periódico* aparecieron en la sección Tema del Día.

Analizando los resultados, el primer dato significativo obtenido apunta que el 50% de las noticias relacionadas con las manifestaciones del 13-M publicadas en estos tres diarios hace referencia al papel de la *telefonía móvil* en su contenido. Sin embargo, *El Periódico* es el diario que considera más importante destacar el poder de movilización de la telefonía móvil durante los tres días posteriores a las manifestaciones. El diario *Avui* publicó dos piezas sobre el hecho, pero no remarca en ellas ningún día las palabras *SMS*, *TIC* o *nuevas tecnologías*, *telefonía* o *teléfono móvil*. *La Vanguardia* se sitúa en una posición intermedia: el 14 de marzo de 2004 incluyó cuatro informaciones sobre el hecho, y tres de ellas hacían referencia a las TIC. Este diario también publicó un artículo de opinión ese día, pero el articulista no mencionó en ningún momento ningún concepto relacionado con el campo de la telefonía móvil. Los otros dos días, la información y la opinión relacionadas con el hecho disminuyeron considerablemente.

Merece la pena destacar algún extracto de las noticias y de los artículos de opinión publicados durante esos días, para valorar la interpretación de los hechos por parte de los profesionales de la

información y de los columnistas. Rafael Jorba, articulista de *La Vanguardia*, consideró el 16 de marzo de 2004 que los móviles habían jugado un papel fundamental en la movilización ciudadana y lo expresó de esta manera: “El sábado, los móviles fueron los instrumentos del puerta a puerta virtual en una jornada de rebelión”.<sup>49</sup> En la misma línea se manifestaba Carlos Carnicero en *El Periódico* dos días antes: “Los SMS, que es el nombre técnico de los mensajes telefónicos escritos, atravesaron el espacio durante toda la tarde, transportando la indignación de miles de ciudadanos que se sentían manipulados, impotentes y con un vértigo insoportable abocados a una jornada electoral condicionada por la mentira y la manipulación”.<sup>50</sup> “Una persona sola es bien poca cosa a la hora de promover fenómenos sociales como una protesta contra los gobernantes. Una persona sola con un móvil se convierte en una fuerza de incalculables proporciones, capaz de hacerse escuchar en todo un país. [...] Si Jesucristo volviera no se rodearía de apóstoles. Tendría suficiente con un móvil”, escribió Josep Pernaut el 15 de marzo de 2004 en el mismo rotativo.<sup>51</sup> Por último, Juan Varela destacó, en su columna del mismo día, la flamante aparición del teléfono móvil en la vida política española: “Por fin la tecnología, esta vez los teléfonos móviles, han aparecido en la vida política española para cambiarla. [...] Los SMS y los correos electrónicos removieron las conciencias más allá de los grandes medios y consiguieron que miles de personas salieran a la calle con el dolor del 11-M convertido en ira”.<sup>52</sup>

163

Tanto por los datos cuantitativos como por los ejemplos periodísticos expuestos en el párrafo anterior, queda claro que *El Periódico* es el diario que mejor refleja el papel de las TIC como un factor de movilización social, especialmente el día 14 de marzo de 2004, cuando las noticias publicadas en el diario sobre este hecho fueron cinco y cuatro se referían a la *telefonía móvil* o a los SMS. El mismo día, *El Periódico* incluyó dos artículos de opinión, de los que uno recalcó la importancia de las TIC como factores de movilización. Además, *El Periódico* es el único diario que remarca la importancia de las TIC en los titulares de sus noticias. En la sección de

<sup>49</sup> JORBA, R. “La respuesta cívica”. *La Vanguardia* (16 marzo 2004), p. 65.

<sup>50</sup> CARNICERO, C. “El nas d’Acebes”. *El Periódico de Catalunya* (14 marzo 2004), p. 29.

<sup>51</sup> PERNAU, J. “La força immensa del mòbil”. *El Periódico de Catalunya* (15 marzo 2004), p. 33.

<sup>52</sup> VARELA, J. “El dia que els SMS van canviar la política”. *El Periódico de Catalunya* (15 marzo 2004), p. 34.

Política, las palabras *telefonía móvil* y *SMS* aparecen dos veces en los titulares, tres veces en los subtítulos y una en los destacados.

## Manifestaciones en contra de la prohibición del *botellón* por parte del Ayuntamiento de Barcelona (17 de marzo de 2006)

Tratamiento cuantitativo de la presencia de las palabras <i>telefonía o teléfono móvil, TIC o SMS</i> en las noticias								
MOVILIZACIONES SOCIALES A FAVOR DEL MACROBOTELLÓN DE BARCELONA								
EL 17 DE MARZO DE 2006								
15 de marzo de 2006								
	SOCIEDAD				OPINIÓN			
	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS <sup>1</sup>	Titulares	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares
<i>Avui</i>	20	1	1	0	10	0	0	0
<i>La Vanguardia</i> <sup>2</sup>	0	0	0	0	1	1	1	0
<i>El Periódico</i> <sup>3</sup>	1	1	1	1	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
16 de marzo de 2006								
	SOCIEDAD				OPINIÓN			
	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares
<i>Avui</i>	18	0	0	0	15	1	1	0
<i>La Vanguardia</i>	0	0	0	0	1	1	1	0
<i>El Periódico</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>El Punt</i> <sup>4</sup>	0	0	0	0	0	0	0	0
17 de marzo de 2006								
	SOCIEDAD				OPINIÓN			
	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares
<i>Avui</i>	14	2	2	0	15	2	2	0
<i>La Vanguardia</i>	24	2	2	0	11	0	0	0
<i>El Periódico</i>	11	1	1	0	10	1	1	0
<i>El Punt</i>	17	1	1	0	6	0	0	0
18 de marzo de 2006								
	SOCIEDAD				OPINIÓN			
	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares
<i>Avui</i>	21	2	1	2	14	2	1	0
<i>La Vanguardia</i>	34	2	1	0	12	0	0	0
<i>El Periódico</i>	4	4	0	0	10	0	0	0
<i>El Punt</i>	19	1	1	0	7	0	0	0
19 de marzo de 2004								
	SOCIEDAD				OPINIÓN			
	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares	Total sección	Noticias sobre el tema	SMS	Titulares
<i>Avui</i>	17	3	1	0	13	1	1	0
<i>La Vanguardia</i>	26	3	0	0	11	1	1	0
<i>El Periódico</i>	5	5	0	0	9	1	1	0
<i>El Punt</i>	8	3	0	0	9	0	0	0

1 En cada una de las tablas usamos la abreviación SMS para referirnos a la cantidad de noticias de la sección que contienen las palabras *telefonía móvil, teléfono móvil, TIC o SMS*.

2 Las noticias analizadas de *La Vanguardia* aparecieron en la sección Vivir.

3 Las noticias analizadas de *El Periódico* aparecieron en la sección Tema del Día.

4 Las noticias analizadas de *El Punt* aparecieron en la sección Països Catalans.

El otro acontecimiento estudiado es la movilización social que se produjo el 17 de marzo de 2006 en la ciudad de Barcelona para protestar por la prohibición del *botellón*. En este análisis de



contenido, se estudiaron los tres diarios mencionados anteriormente, *El Periódico*, *La Vanguardia* y *el Avui*, más *El Punt*, el diario local de Barcelona.

En esta ocasión, es el diario *Avui* el que publica más noticias y más artículos de opinión que se refieren al poder de movilización de las nuevas tecnologías durante la movilización social del 17-M; concretamente, entre los días 15 y 19 de marzo del 2006, un total de cinco noticias y cinco artículos de opinión en los que aparecían las palabras *telefonía* o *teléfono móvil*, *TIC* o *nuevas tecnologías* y *SMS*. *La Vanguardia* sólo publicó seis artículos que contuvieran estos dos conceptos; *El Periódico*, cuatro, y *El Punt*, dos. Aunque el diario *Avui* es el líder, sólo nombra en dos ocasiones los conceptos *telefonía* o *teléfono móvil* y *SMS* en los titulares (una vez en el título y otra en el subtítulo).

En este análisis se incrementaron los días estudiados. El principal motivo es que los periódicos analizados empezaron a publicar noticias y artículos de opinión sobre la prohibición del *botellón* dos días antes de su celebración. El 38,7% de las noticias publicadas sobre el *botellón* por los cuatro diarios menciona el papel de las nuevas tecnologías en la convocatoria de la manifestación. Además, a diferencia del caso de las manifestaciones en contra del Partido Popular, los líderes de opinión (los articulistas) concedieron mayor importancia al efecto de movilización de las TIC que los periodistas. El 90,9% de los artículos de opinión relacionados con el *botellón* se refirió al papel de las nuevas tecnologías en la convocatoria de la movilización. En cambio, sólo el 44,4% de los artículos de opinión relacionados con las manifestaciones del 13-M mencionó el rol de las TIC y sus efectos.

En este segundo caso, los artículos de opinión también reflejaron un posicionamiento positivo a favor del móvil y su importancia en la organización de las movilizaciones. “La convocatoria se ha hecho vía e-mail y mensajes de móvil y ha corrido como la pólvora. Los jóvenes de nuestra sociedad son poderosos, tienen los mejores medios de la historia para organizarse, tienen enseñanza gratuita, está prohibido que trabajen cuando son niños y van a la universidad”, manifestó en el *Avui* Jordi Graupera.<sup>53</sup> En la misma línea se mueve Isabel-Clara Simó: “Si sumas la progresión geométrica con la que se propaga el SMS, prohibir esto del *botellón* es asegurarse un conflicto”.<sup>54</sup> Por lo tanto, tanto cuantitativa como cualitativamen-

<sup>53</sup> GRAUPERA, J. “Els joves”. *Avui* (16 març 2006), p. 24.

<sup>54</sup> CLARA SIMÓ, I. “L’ordre públic”. *Avui* (19 març 2006), p. 31.

te, los medios de comunicación catalanes destacan la enorme importancia de los móviles en la organización de estos eventos.

## CONCLUSIONES

Después de analizar estos dos casos en relación al uso de la telefonía móvil como factor movilizador de comunidades sociales, llega el momento de la reflexión final.

En primer lugar, debemos apuntar que las movilizaciones en contra del PP se produjeron en un contexto político excepcional, sobre todo porque España celebraba sus elecciones generales al día siguiente (14 de marzo de 2004). Por esta razón, los principales periódicos catalanes tuvieron que trabajar sobre dos ejes informativos principales: los ataques terroristas del día 11 y las elecciones del día 14. Dos acontecimientos con un alto grado de noticiabilidad, es decir, “grado de posibilidad de que un acontecimiento, una información, se convierta en noticia”.<sup>55</sup> Además, aunque los ataques terroristas fueron un acontecimiento excepcional, unas elecciones generales siempre deben estar también en primer plano informativo por la gran cantidad de la ciudadanía que se ve afectada (todo el país) y la proximidad con los intereses del público. Estamos, pues, ante dos informaciones con un alto grado de noticiabilidad, con la presencia de diversos valores-noticia<sup>56</sup> que pueden orientar el proceso de selección de la información. Por ejemplo, el domingo 15 de marzo, los periódicos concedieron mayor importancia a los resultados de las elecciones que no a las investigaciones sobre la autoría de los atentados.

Durante los hechos del 13 de marzo de 2004, no sólo aparecen valores-noticia relacionados con el interés, la proximidad o el conflicto, sino también con la novedad. Durante los días siguientes a los ataques terroristas, fue la primera vez que las TIC actuaron como elementos de movilización social en España, lo que supuso la primera configuración de “multitudes inteligentes”<sup>57</sup> a las que se

---

<sup>55</sup> BARROSO, J. *Proceso de la información de actualidad en televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1992, p. 123.

<sup>56</sup> Según Barroso (1992: 125), “surge el concepto de valor-noticia, como elemento configurador de la noticiabilidad, entendido como cualidades de los acontecimientos o de su construcción discursiva cuya presencia, en mayor número, define la noticiabilidad del suceso. Así, pues, definidos los valores noticia (que tienen una existencia coyuntural y variable), su ausencia o presencia, y el número relativo de valores identificados, orientará los criterios de selección”.

<sup>57</sup> RHEINGOLD, H. *Op. cit.*, p. 13.

refería Rheingold en 2002. Sirva de ejemplo la afirmación de Juan Varela ya citada anteriormente: “Por fin, la tecnología, esta vez los teléfonos móviles, han aparecido en la vida política española para cambiarla”.<sup>58</sup> Por esto, pensamos que las secciones informativas de los periódicos prestaron mayor atención a este hecho que las secciones de opinión, mucho más preocupadas por el desarrollo de la vida política antes de unas elecciones tormentosas. Atendiendo a este ejemplo, el valor de la novedad pudo actuar como catalizador del proceso de selección de la información. No pasó lo mismo durante el *macrobotellón* de 2006, en el que parece que las prioridades entre las dos secciones se invierten: mientras los periodistas ya no dan tanta relevancia informativa al efecto de las TIC como elemento de movilización, los articulistas sí que recurren a este eje temático. Claramente, los articulistas reflejan un cambio de posicionamiento en relación con el fenómeno de las TIC: se pasa del 44,4% de artículos de opinión publicados respecto al caso de las manifestaciones en contra del Partido Popular que hacen referencia a la influencia de las TIC en la movilización social a un 90,9% en el caso del *macrobotellón*.

En segundo lugar, nos podemos cuestionar si la gran cantidad de artículos publicados sobre el *botellón* se debe a que, en el contexto informativo de marzo de 2006, ésta era una de las principales noticias, mientras que las manifestaciones en contra del PP se produjeron en un ambiente informativo mucho más cargado de actualidad: ataques terroristas, elecciones generales... Además, valores-noticia como la novedad —por ser el primer *macrobotellón* organizado de Catalunya— y, en el caso de Barcelona, el valor-noticia de conflicto entre grupos de jóvenes y Ayuntamiento por la ordenanza de civismo también pueden haber sido elementos tenidos en cuenta en el proceso de producción periodística.

Finalmente, como conclusión final, se puede apuntar que, en última instancia, siempre es el usuario quien acaba dando un determinado uso a una tecnología. Uso que, en un primer momento, podría parecer marginal pero que, con el paso del tiempo, acaba siendo de vital importancia cuando esta tecnología se consolida en una comunidad.<sup>59</sup> El uso del SMS como factor movilizador puede ser un buen ejemplo.

---

<sup>58</sup> VARELA, J. *Op. cit.*, p. 34.

<sup>59</sup> LASEN, A. *Op. cit.*, p. 36.

## BIBLIOGRAFÍA

- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. "Ordenança de mesures per fomentar i garantir la convivència ciutadana a l'espai públic de Barcelona". *Butlletí Oficial de la Província de Barcelona* (2006), núm. 20, annex 1, p. 14-30.
- BARROSO, J. *Proceso de la información de actualidad en televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1992.
- BERELSON, B. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Hafner Publishing Company, 1971.
- BOLADERAS, M. "La opinión pública en Habermas". *Anàlisi* (2001), núm. 21.
- CASTELLS, M. [et al.]. *The Mobile Communication Society. A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology*. Los Angeles: Annenberg School for Communication, University of Southern California, 2004.
- CLARKE, N. "Telecommunications: Providing the Framework for the Future of Information Delivery". *Sports information in the third Millennium. Proceedings of the 11th IASI World Congress*. Lausanne: IASI (25, 26, 27 abril 2001), p. 35-45.
- COLOMER, G. "Comunicación política". *Ponencia en las Jornadas en Investigación y Proyectos en Comunicación*. Bellaterra: Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, 19 julio 2007.
- COMISSIÓ EUROPEA. *E-communications Household Survey*. Bruxells: Comisión Europea, 2007.
- DUTTA-BERGMAN, M. J. "Interpersonal communication after 9/11 via telephone and internet: a theory of channel complementarity". *New Media & Society*. Vol. 6(5) (2004), London: SAGE Publications.
- ELDRIDGE, M.; GRINTER, R. *Studying text messaging in teenagers*. Comunicación presentada en Mobile Communications: Understanding Uses, Adoption and Design Workshop in Proceedings of the ACM Conference on Human Factors in Computing System (CHI 2001), 1 y 2 abril 2001, Seattle WA, USA.
- ESPAÑA. *Ley Orgánica 5/1985*, de 19 de junio, del Régimen Electoral General [En línea] <[http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Admin/lo5-1985.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo5-1985.html)> [Consulta: 15 agosto 2007].
- FELDMAN, M. P. "La revolución de Internet y la geografía de la innovación". *Revista internacional de ciencias sociales* (marzo 2002), núm. 171, p. 60-74.
- FUNDACIÓN BBVA. *Estudio sobre Internet en España* (2005). [En línea]. <[http://w3.grupobbva.com/TLFB/tlfb/TLFBindex\\_pub.jsp](http://w3.grupobbva.com/TLFB/tlfb/TLFBindex_pub.jsp)> [Consulta: 27 diciembre 2005].
- FUNDACIÓN FRANCE TELECOM. *Informe eEspaña 2006*. Madrid: Fundación France Telecom.
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España 2006*. Madrid: Ariel, 2007.
- HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- HAYTHORNTHWAITE, C.; HAGAR, C. "The Social Worlds of the Web". *Annual Review of Information Science and Technology* (2005). Vol. 39, p. 311-346.
- KATZ, E.; LAZARSFELD, P.F. *La influencia personal: el individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona: Hispano Europea, 1979.
- KOPOMAA, T. *The City in your Pocket: Birth of the Mobile Information Society*. Gaudeamus: Helsinki, 2000.
- LASEN, A. "History Repeating? A Comparison of the Launch and Uses of Fixed and Mobile Phones". En: L. HAMILL; A. LASEN (eds.). *Mobile World. Past, Present and Future*. New York: Springer, 2005, p. 29-61.
- LASCH, C. *La rebelión de las élites y la traición a la democracia*. Paidós: Barcelona, 1996.
- LAZARSFELD, P.F.; BERELSON, B.; GAUDET, H. *The People's Choice: How to Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press, 1968.
- LING, R.; YTRRI, B. *Nobody Sits at Home And Waits for the Telephone to ring: Micro and Hyper-coordination Through the Use of the Mobile Telephone*. Telenor Report 30, 1999.
- LITTLEJOHN, S.W. *Theories of Human Communication*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1996.
- MECKEL, M. "Always-On Demand - The Digital Future of Communications". En: J. GROEBEL, E.M. NOAM, V. FELDMANN. *Mobile Media. Content and Services for Wirelss Communications*. Mahwah (NJ): Lawrence Erlbaum, p. 21-33.

- MONTALVO, J.G. "Voting alter the bombing: Can terrorist attacks change the outcome of democratic elections?" [En línea]. [www.econ.upf.edu. <http://www.econ.upf.edu/docs/papers/downloads/1000.pdf>](http://www.econ.upf.edu/docs/papers/downloads/1000.pdf)
- MONZÓN, C. *Encuestas y elecciones*. Madrid: Tecnos, 2005.
- MORAGAS, M. de. "Internet y comunicación. Primeras etapas 1995-2000". *Portal de la comunicación* [En línea]. Bellaterra: Incom-UAB, 2006. <<http://www.portalcomunicacion.com>> [Consulta: 15 junio 2006].
- MORAGAS, M. [et al.]. *El impacto de Internet en los medios de comunicación y la industria del deporte*. Cerdanyola del Vallès: CEO-UAB, 2003.
- RAFAEL, V.L. "The Cell Phone and the Crowd: Messianic Politics in the Contemporary Philippines". *Public Culture*. Vol. 15 (Autumn 2003), núm. 3, p. 399-425.
- REID, D.J; REID, F.J.M. "Textmates and Text Circles: Insights into the Social Ecology of SMS Text Messaging". En: L. HAMILL; A. LASÉN (eds.). *Mobile World. Past, Present and Future*. New York: Springer, 2005, p. 105-119.
- RHEINGOLD, H. *La Comunidad Virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa, 1996.
- . *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa, 2004.
- SALOMON, M.R. *Consumer Behaviour*. Boston: Allyn and Bacon, 1994.
- SAMPEDRO, V. (ed.). *13-M. Multitudes on line*. Madrid: Los Libros de la Catarata, 2005.
- SILLENCE, E.; BABER, C. "Integrated Digital Communities: Combining Web-based Interaction with Text Messaging to Develop a System for Encouraging Group Communications and Competitions". *Interacting with Computers*. Vol. 13 (2004), p. 93-113.
- TAYLOR, A.S.; VINCENT, J. "An SMS History". En: L. HAMILL, A. LASÉN (eds.). *Mobile World. Past, Present and Future*. New York: Springer, 2005. p. 75-93.
- VINCENT, J. "Emotional Attachment to Mobile Phones: An Extraordinary Relationship". En: L. HAMILL, A. LASÉN (eds.). *Mobile World. Past, Present and Future*. New York: Springer, 2005, p. 95-105.
- WOLTON, D. *Internet. ¿Y después?* Barcelona: Gedisa, 2000.
- YOUNG, K. *La opinión pública y la propaganda*. Barcelona: Paidós, 2001.